

A股上市 红星美凯龙扩张提速

2018年1月17日,红星美凯龙家居集团股份有限公司(以下简称“红星美凯龙”)在上海证券交易所主板挂牌上市,正式登陆A股,股票简称“美凯龙”,股票代码:601828。红星美凯龙成为家居行业唯一一个同时在H股和A股上市的企业。红星美凯龙董事长车建新表示,他的梦想是把红星美凯龙打造成中华民族的世界商业品牌,把红星美凯龙商场开到全国的每一个县,开到全世界去。

首日市值超580亿

1月17日,红星美凯龙正式登陆上交所。与多数刚刚上市的新股一样,上市首日开盘不久红星美凯龙股票便“秒停”。截至1月17日收盘,红星美凯龙收盘价为14.73元/股,当日涨幅达43.99%,对应的红星美凯龙A股总市值超580亿元。而截至1月17日收盘,A股上市公司中家居股市值最高的为欧派家居,当日收盘后对应的总市值超585亿元,第二名索菲亚的市值约为356亿元。不难发现,仅在上市首日,红星美凯龙的总市值已经直



车建新第二次以董事长的身份在上市仪式上敲钟,红星美凯龙成为中国家居零售行业A+H第一股。

逼A股家居第一股欧派家居。

本次A股全部为新股发行,发行价格为10.23元/股,发行数量为31500万股,占总股本的8%,最终募集资金32.22亿元,是2017年1月1日以来民营企业A股IPO融资额第一大。募集资金投资项目总投资金额为62.5亿元,其中本次募集资金拟投资金额30.5亿元:14.5亿元将用于家居商场建设项目,10.5亿元将用于互联网家装、家居设计及装修、统一物流配送服务体系建设,剩余补充流动资金和偿还银行借款5.5亿元。

双平台助力扩张

分析指出,A股上市,必然带动红星美凯龙港股估值提升,也有利于吸引国内资金投资H股标的,带来公司流动性改善。此外,红星美凯龙在两地上市也有利于公司增加更多的融资渠道,优化公司的融资成本,也将使红星美凯龙在资本领域比生产型家居企业更具增值优势。

截至2017年6月30日,红星美凯龙在全国150个城市共经营214座商场,其中69家为自营商场,总经营面积532.78

万平方米;145家为委管商场,总经营面积796.87万平方米。位居行业内连锁零售商场占有率第一(11.82%),商场出租率在96%以上。同时,红星美凯龙依旧保持快速的扩张态势,仅2017年12月30日、31日两天,就有15家新商场开业。

巨无霸呼之欲出

红星美凯龙A股募集资金的投资方向高度契合了红星美凯龙的未来转型方向。互联网家装、互联网零售等泛家居消费服务及物流配送等扩展性业务,系公司围绕“全渠道泛家居业务平台服务商”的战略定位,以“家”为核心着力开拓的各项扩展性业务,从而对商场主营业务进行上下游跨界外延。

以红星美凯龙A股上市首日即超580亿元市值来计算,如果再连续拉出6个涨停板,市值将突破1000亿元。红星美凯龙或将在体量和规模上打破历史瓶颈,在资本市场率先突破千亿市值,成为家居行业的巨无霸企业。

北京商报记者 谢佳婷

行业聚焦

北京地板品牌抱团筹谋品牌升级

北京商报讯(记者 李振兴)日前,由北京地板品牌联盟和华夏地板网联合主办、主题为“磨砾·聚变”的中国北京地板高峰论坛在京举行,北京地板行业领军品牌齐聚一堂,共同探讨行业发展以及2018年地板行业发展趋势,筹谋抱团升级。

据统计,2017年地板行业一二线城市市场占有率为25%,三四线城市占了10%,到2020年大城市占的比例是30%-35%,三四线城市提高到15%。未来地板业集中度将进一步加强,整体市场将面临重新洗牌。北京地板协会会长王治认为,对于中小地板企业而言,更需要抱团发展,将品牌进行融合、资源整合,利于共享。

京派无醛联盟理事长、欧曼地板总裁鲁波透露,由北京地板品牌联盟主导、于2017年9月成立的京派无醛联盟,已经彰显出了抱团出击的可行性。联盟在过去一年的销售数字是67356平方米,有2000多家北京百姓家庭在使用着联盟的产品。欧宝家居总裁赵全起表示,欧宝去年上半年挂牌新三板以后收获颇多,品牌应该积极借助资本的力量突出重围。万宝龙图腾地板总经理胡艳军认为,2018年,品牌应该延续北京金字品牌的优势,把以北京为品牌中心走出去,纵向横向联合共享,把品牌之路进一步扩展。

门业产值逾1400亿

北京商报讯(记者 李振兴)产量1.21亿樘、产值1452亿元、出口50.76亿元……2018年1月12日,2017中国门窗幕墙行业年会暨中国建筑全装修家居产业峰会在京召开,中国建筑装饰装修材料协会门窗幕墙分会秘书长丁辉公布了门业2017年的行业数据。

“门窗幕墙行业经历了更残酷的洗牌。”丁辉这样形容2017年的门窗幕墙行业,但依然保持了快速增长。其中门业产量达1.21亿樘,产能利用率80.67%;产值达1452亿元,销售额为2427.63亿元,增长8%;行业利税219.1亿元。门业产业集中度增大,规模企业数量达3850多家,增长5%,但企业数量减少18%。会上,中国建筑装饰装修材料协会门窗幕墙分会为数十家企业颁奖,包括墨瑟、美立方、创高、TATA木门、春天门业、海心、豪迈、盼盼、家德利、万嘉、群升等40家企业获得十大品牌称号。

顾家美克掀起家居并购潮

2018年新年伊始,家居行业两起并购事件把人们的关注点从国内转向国际。这两大事件的主角分别是顾家家居和美克家居,它们利用资本将国外优秀企业收入囊中,从而掀起家居行业并购新浪潮,增强竞争力、做大做强成为行业主旋律。

两宗大买卖

6500万欧元,顾家家居拿下目前意大利规模最大的家具上市公司Natuzzi S.P.A(以下简称“Natuzzi”)在大中国区Natuzzi Italia和Natuzzi Editions零售网络的发展以及经营的相对控制权,成为2018年初家居行业备受关注的一个大事件。

2018年1月10日,顾家家居发布公告称,与Natuzzi成立合资公司——纳图兹贸易(上海)有限公司,未来该公司将具体执行顾家家居与Natuzzi在大中国区Natuzzi Italia和Natuzzi Editions零售网络的发展以及经营,顾家家居以自有资金投资6500万欧元,持有合资公司51%的股权。

就在顾家家居6500万欧元牵手Natuzzi的头两天,1月8日美克家居发布公告,全资子公司美克国际事业贸易有限公司以现金492万美元,购买M.U.S.T. Holdings Limited家具公司(以下简称“M.U.S.T.公司”)60%股权,公司、公司全资子公司美克国际事业之子公司VIVET INC.拟收购Rowe Fine Furniture Holding Corp(以下简称“Rowe公司”)100%股权,两项

收购资产交易金额合计2992万美元,折合人民币约1.95亿元。相比顾家家居的那笔买卖,美克家居的这两笔收购出击性更加明显。

增强竞争力

令人意外的是,顾家家居、美克家居此次出国抢品牌,目的不全是扩大海外市场的影响力,增强国内市场的竞争力才是重点。

“继签下全美国功能沙发绝对第一的Lazboy以后又签下意大利‘国宝级’Natuzzi沙发,加上顾家对国内市场的信心和态度,很有想象空间。”公告发出后,顾家家居董事长顾江生在微信朋友圈发出的憧憬流露出,这笔买卖更像是为国内市场而来。

Natuzzi于1993年5月13日在美国纽约证券交易所上市,目前是意大利规模最大的家具上市公司,也是较早进入中国并投资设立子公司的意大利家具企业。顾家家居与Natuzzi建立合资公司,将在顾家品牌体系中增加高端及中高端两个品牌系列(Natuzzi Italia和Natuzzi Editions),而合资公司拥有商标在大中国区的独家和永久权利,也就意味着顾家家居将掌控Natuzzi在大中国区Natuzzi Italia和Natuzzi Editions零售网络的发展以及经营的话语权。

美克家居接连并购M.U.S.T.和Rowe也是为了提升品牌影响力,打造美克家居多品牌矩阵。M.U.S.T.公司旗下拥有Jonathan Charles高端家具品牌,并购它有利于丰富和拓展高端奢侈家具品类,提升美

克家居客单价水平;Rowe公司旗下拥有美国定制沙发高端品牌Robin Bruce,主打沙发定制业务,擅长与用户一起打造高品质、有个性 and 设计感的沙发产品,美克家居完成并购后,会将纯美式进口定制沙发业务引进中国市场,进一步满足定制家具消费市场的需求,提升供应链服务和品牌影响力。

并购成常态

顾家家居、美克家居几乎同步的两笔大买卖,都是利用资本将国外优秀企业纳入自己的版图,从而开启自己更加国际化的视野,往做大做强方向前行。

这场默契,并非完全出于偶然,此前国内企业已有很多案例,比如2017年5月,索菲亚与华鹤集团合资成立索菲亚华鹤门业有限公司,全面进入定制门窗领域;2017年11月30日晚喜临门发布公告,以4470.87万美元对价购买SOFA-LAND持有的嘉兴米兰映像家具有限公司51%股权。

“家居行业三五年内会出现巨无霸企业,消费时代产生消费品牌。未来出现上千亿规模的家居企业并不是梦想,欧派几年后市值会达千亿元,红星美凯龙上市就会市值超千亿元。”2018年1月6日,在被誉为行业“奥斯卡”的中国家居产业发展年会上,北京家居行业协会会长、居然之家董事长兼总裁汪林朋预测:“二八法则”将在家居行业淋漓尽致地展现出来,企业之间的兼并重组不可阻挡。

北京商报记者 谢佳婷